

Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Di Rocky Plaza Hotel Padang

Ivan Kolivanof
Universitas Negeri Padang

Feri Ferdian
Universitas Negeri Padang

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Padang, Indonesia

Abstract. *This study aims to determine the effect of room rates and room facilities on guest satisfaction at Rocky Plaza Hotel Padang. This type of research is quantitative descriptive research with causal associative methods. The population in this study is consumers who have visited Rocky Plaza Hotel Padang with a sample of 354 respondents. The data in this study used primary data and secondary data. The research instrument uses questionnaires arranged according to the Likert scale. instrument trials use validity tests and reliability tests. Data were analyzed using data tabulation and descriptive data. The results of this study are that room prices at Rocky Hotel Padang show a good category with 67.57%, the level of achievement of respondents in the room price variable is at 67.57% which is categorized as good, which is in accordance with the level of respondents' achievements which are at 66% - 85% is declared a good category. Room facilities at Rocky Hotel Padang show a good category with 66.28%, the level of achievement of respondents in the variable room price is at 66.28% which is categorized as good, which is in accordance with the level of respondents' capian which is at 66% - 85% is declared a good category. The decision to stay at Rocky Hotel Padang shows a sufficient category with 60.93%, the level of achievement of respondents in the variable decision to stay is at 60.93% which is categorized as good, which is in accordance with the level of respondents' achievements which are at 66% - 85% is declared good. Room rates have a positive and significant effect on the decision to stay at Rocky Hotel Padang. Room facilities have a positive and significant effect on the decision to stay at Pangeran City Hotel Padang.*

Keywords: *influence, room rate, room amenities*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga kamar dan fasilitas kamar terhadap kepuasan tamu di Rocky Plaza Hotel Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Rocky Plaza Hotel Padang dengan sampel sebanyak 354 responden. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian menggunakan angket yang disusun menurut skala likert. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis menggunakan metabelasi data dan deskriptif data. Hasil penelitian ini adalah harga kamar di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan 67,57%, tingkat capaian responden pada variabel harga kamar berada pada angka 67,57% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66% - 85% ini dinyatakan kategori baik. Fasilitas kamar di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan 66,28%, tingkat capaian responden pada variabel harga kamar berada pada angka 66,28% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66% - 85% ini dinyatakan kategori baik. Keputusan menginap di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori cukup dengan 60,93%, tingkat capaian responden pada variabel keputusan menginap berada pada angka 60,93% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66%- 85% ini dinyatakan kategori baik. Harga kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Rocky Hotel Padang. Fasilitas kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang.

Kata kunci: pengaruh, harga kamar, fasilitas kamar

LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata di Indonesia ditempatkan sebagai salah satu sektor ekonomi yang terpenting yang diharapkan menjadi penghasil devisa yang utama bagi suatu daerah atau negara. Selain sebagai salah satu sumber pendapatan nasional maupun regional yang potensial. Peranan sector pariwisata juga membuka peluang kesempatan yang luas terciptanya lapangan pekerjaan. Menurut Spillane dalam Wahid (2015), pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Sementara menurut Yoeti dalam Anindita (2015), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi perpindahan orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beranekaragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Unsur terpenting didalam kepariwisataan selain obyek wisata yang menjadi tujuan utama wisatawan adalah sarana akomodasi, sebagai tempat untuk beristirahat atau menginap di daerah tujuan wisata. Industri pariwisata sangat erat kaitannya dengan dunia perhotelan karena hotel bergerak dalam bidang pelayanan jasa beserta akomodasinya untuk mendukung lancarnya pariwisata di Indonesia (Agus Sulastiyono, 2016).

Industri perhotelan telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa decade terakhir sebagai respons terhadap perkembangan pariwisata global dan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Dalam konteks ini, kepuasan tamu menjadi focus utama bagi hotel-hotel dalam usaha mereka mempertahankan daya saing dan membangun reputasi yang kuat di pasar yang semakin kompetitif. Setiap perusahaan diharapkan untuk dapat bersaing dengan perusahaanlainnya dalam hal memberikan kualitas jasa dan produk untuk dapat memberikan kepuasan tamu secara maksimal. Kepuasan tamu dinyatakan jika kelengkapan perilaku yang ditunjukkan tamu atas jasa dan barang setelah tamu memakainya. Menurut (Erpurin, 2019: 183) Tingkat kepuasan dari tamu dapat diukur dari seberapa banyak harapan tamu terhadap kinerja jasa dan barang dalam mencukupi kebutuhan tamu. Menurut (Erpurin, 2019: 183) kepuasan tamu merupakan perasaan kekecewaan dan kepuasan yang timbul oleh seseorang sesudah melakukan pertimbangan hasil yang dibandingkan dengan hasil yang dimaksud. Dua faktor yang secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan tamu dalam konteks pengalaman menginap di hotel adalah harga kamar dan fasilitas kamar (Purnomo,2021).

Harga kamar memiliki peranan sentral dalam keputusan tamu dalam memilih tempat menginap (Rusmawati,2019). Harga yang ditawarkan oleh hotel bukan hanya sekadar angka,

tetapi mencerminkan nilai yang diharapkan dan diterima oleh tamu dalam pertukaran layanan menginap. Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas serta fasilitas yang ditawarkan akan membangun persepsi positif terhadap nilai yang diberikan oleh hotel. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan tamu merasa tidak puas dengan nilai yang diterima.

Harga merupakan nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa serta pelayanannya. Harga dapat diungkapkan menjadi berbagai istilah yaitu, iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Menurut Tjiptono dalam Gofur (2019) Harga adalah sejumlah uang (dalam satuan moneter) dan aspek lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Sedangkan dilihat dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak dan kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tujuan penentuan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini penting karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penentuan harga. Sebelum harga itu ditetapkan, manajer harus menetapkan tujuan penentuan harga tersebut.

Dalam lingkungan di mana tamu memiliki akses ke informasi melalui internet dan platform perbandingan harga, penetapan harga kamar yang tepat memiliki dampak yang signifikan terhadap citra dan reputasi hotel. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana harga kamar mempengaruhi persepsi tamu terhadap nilai dan kepuasan mereka adalah esensial bagi hotel untuk merumuskan strategi penetapan harga yang efektif. Selain itu fasilitas kamar juga diduga menentukan kepuasan tamu (Annishia, 2019)

Fasilitas merupakan bagian yang perlu untuk diperhatikan dalam bidang usaha jasa karena berkaitan dengan apa yang dirasakan tamu. Menurut (Meftahudin, 2018: 283) bertambah sempurnanya fasilitas yang tersedia di suatu perusahaan, akan membuat tamu lebih berminat dan langsung memutuskan perusahaan itu untuk menjadi pilihan utama berdasar pada persepsinya mengenai fasilitas yang disediakan. Setiap hotel biasanya juga memperhatikan semua fasilitas yang dimilikinya termasuk hotel-hotel di kota Bukittinggi yang ramai wisatawan. Salah satunya Rocky Plaza Hotel Padang yang beralamat di Jl. Permindo No. 40, 25124 Padang. Lokasi hotel yang sangat strategis sehingga akses untuk menuju berbagai objek wisata, pasar tradisional, dan pusat bisnis sangat mudah. Penulis menemui permasalahan ketika bekerja di Rocky Plaza Hotel Padang, mulai dari rasa yang kurang puas dari tamu

mengenai fasilitas kamar, harga kamar, rasa terpenuhinya kebutuhan tamu, serta untuk datang kembali ataupun merekomendasikan kepada orang lain.

Tamu cenderung melihat fakta-fakta yang ada sebagai bukti dari kualitas jasa yang ditawarkan. Tamu akan merasa tertarik dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan bila perusahaan tersebut mempunyai fasilitas yang baik dari pesaing lainnya. Namun dalam komentar di situs *Online Travel Agent* ada beberapa tamu merasa keinginannya belum terpenuhi dengan harapan tamu tersebut, menjadikan tamu tidak puas dengan fasilitas kamar yang ada di Rocky Plaza Hotel Padang.

Dalam persaingan yang semakin ketat di industry perhotelan, keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui fasilitas yang unik dan berkualitas tinggi. Fasilitas yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi tamu akan menciptakan pengalaman positif yang membedakan hotel dari pesaingnya. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana fasilitas kamar memengaruhi kepuasan tamu dapat membantu manajemen hotel merancang strategi pengembangan fasilitas yang berfokus pada kebutuhan dan keinginan tamu.

Apabila fasilitas kamar tidak sesuai dengan ekspektasi tamu akan mengakibatkan ketidakpuasan pada tamu dan dampak buruk pada hotel yakni menurunnya tingkat hunian dan menyebabkan berkurangnya pendapatan hotel

KAJIAN TEORITIS

1. Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu merupakan suatu keadaan psikologis tamu saat berkenaan dengan kesamaan atau ketidak samaan antara hasil yang didapat dan dibandingkan dengan upaya yang telah dikerjakan, menurut Howard & Sheth (1969) dalam (Tjiptono, 2019: 377). Pengukuran kepuasan tamu terdiri dari 6 konsep, antara lain: kepuasan konsumen keseluruhan, komponen kepuasan tamu, kofirmasi harapan, kepuasan tamu yang diukur melalui tindakan awal menentukan apakah tamu akan menggunakan layanan ini lagi atau tidak, kesediaan untuk merekomendasikan produk yang telah dibeli dan seberapa banyak bidang yang sering digunakan untuk mengidentifikasi ketidakpuasan konsumen. (Tjiptono, 2019: 394-395). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu menurut Tjiptono dan Candra dalam (Priansa, 2017) adalah produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana. Menurut Permana (2013) terdapat lima indikator kepuasan yaitu : tercapainya harapan tamu, terpenuhi kebutuhan tamu, tercapainya keinginan tamu, keinginan untuk memakai produk atau jasa tersebut kembali dan keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain.

2. Harga Kamar

Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi manajemen/pengusaha dan merupakan satuan moneter yang dapat ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan/penggunaan barang atau jasa (Tjiptono, 2019). Menurut Kotler (2018) indikator harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga dan kesesuaian harga dan manfaat.

3. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sarana pendukung yang dapat memberikan dukungan terhadap kenyamanan karyawan, tamu, pasien, dan pelajar untuk meningkatkan rasa kepuasan hati ataupun kinerja dari perusahaan (Rahmadi,2021). Fasilitas adalah sebuah sarana penunjang yang meliputi semua jenis barang, jenis perlengkapan, dan peralatan yang memiliki fungsi utama untuk perlengkapan bekerja (Nawawi , 2015: 320-334).

Menurut Alma (2018: 292) fasilitas terdiri dari beberapa aspek, antara lain: aspek perhotelan, aspek keuangan, aspek makanan, aspek rekreasi, aspek hiburan, aspek olahraga dan aspek komunikasi untuk bisnis. Faktor-faktor dalam mempengaruhi fasilitas menurut Tjiptono (2019: 173-174) adalah sifat dan maksud organisasi, secara tradisional fleksibilitas, faktor estetika, masyarakat dan lingkungan sekitar, biaya konstruksi dan operasi. Fasilitas kamar menurut Spillane dalam (Asy,2022) fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu : fasilitas utama, fasilitas penunjang dan fasilitas pelengkap.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Menurut Sugiyono, (2020) menyatakan bahwa, “Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan satu variabel dengan variabel lain yang mempunyai hubungan sebab akibat”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Rocky Plaza Hotel Padang dengan sampel sebanyak 354 responden. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian menggunakan angket yang disusun menurut skala likert. uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data dianalisis menggunakan metatabelasi data dan deskriptif data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil olahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh informasi bahwa terdapat persentase 63.2% dengan jumlah 224 orang berupa laki-laki, dan persentase 36.8% dengan jumlah 130 orang berupa perempuan.

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik berdasarkan umur, dapat dilihat bahwa pada 17-20 tahun terdapat persentase 4.8%, pada umur 21-30 tahun terdapat persentase 78.9%, pada umur 31-40 tahun terdapat persentase 14.6% dan diatas umur 40 tahun terdapat persentase 1.7%.

c. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik berdasarkan tingkat Pendidikan, maka dapat dilihat bahwa untuk Pendidikan SMA/SMK terdapat persentase 16.3%, Pendidikan Diploma/S1 didapat persentase 32.6%, Pendidikan S2 didapat persentase 2.8% serta lainnya didapat persentase 48.3%.

d. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik berdasarkan penghasilan, dapat dilihat yang berpenghasilan 1.000.000 sebanyak 7.9%, berpenghasilan 2.000.000 sebanyak 18.5%, berpenghasilan 3.000.000 sebanyak 32.9%, serta berpenghasilan diatas 3.000.000 sebanyak 40.7%.

e. Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal

Berdasarkan pengolahan data pada karakteristik berdasarkan daerah asal, dimana bahwa 38.5% pengunjung berasal dari dalam Kota padang, 61.5% pengunjung berasal dari luar Kota Padang.

f. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pengolahan data karakteristik berdasarkan pekerjaan, didapati hasil bahwa 5.9% pengunjung bekerja sebagai pegawai negeri, 18.5% pengunjung bekerja sebagai pegawai swasta, 18.3% pengunjung bekerja sebagai wirausaha, 9.6% pengunjung bekerja sebagai professional, serta 47.8% pengunjung bekerja sebagai lainnya.

2. Deskripsi Data Variabel

a. Deskripsi Variabel Harga Kamar (X1)

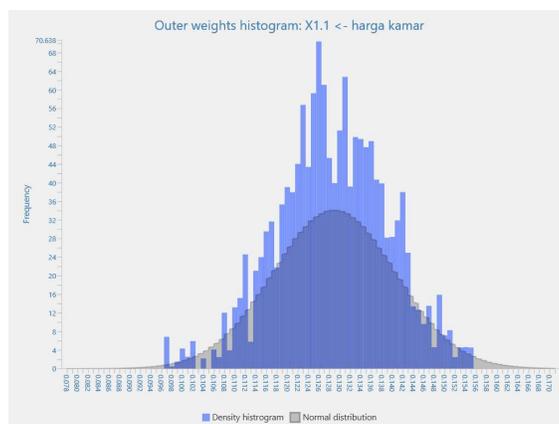
Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui 354 responden dengan 11 butir pernyataan pada variabel Harga Kamar dapat dilihat deskripsi data sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Data Harga Kamar
Statistics

harga kamar		
N	Valid	354
	Missing	0
Mean		28,62
Std. Error of Mean		0,283
Median		27,00
Mode		25
Std. Deviation		5,328
Variance		28,385
Range		32
Minimum		20
Maximum		52
Sum		10130

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.000 (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penelitian harga kamar dari jawaban responden menunjukkan hasil terendah (*minimum*) 20, serta hasil tertinggi (*maximum*) 52. Berdasarkan hasil olahan data diatas diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28,62, skor tengah (*median*) sebesar 27,00, skor yang sering muncul (*mode*) sebesar 25. Histogram kurva normal penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Histogram Kurva Nornal (2024)

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2024)

Histogram kurva normal variabel Harga Kamar diatas menunjukkan bentuk melengkung yang kurang sempurna, hal ini menyatakan bahwa hasil penyebaran distribusi tidak sempurna.

b. Deskripsi Variabel Fasilitas Kamar

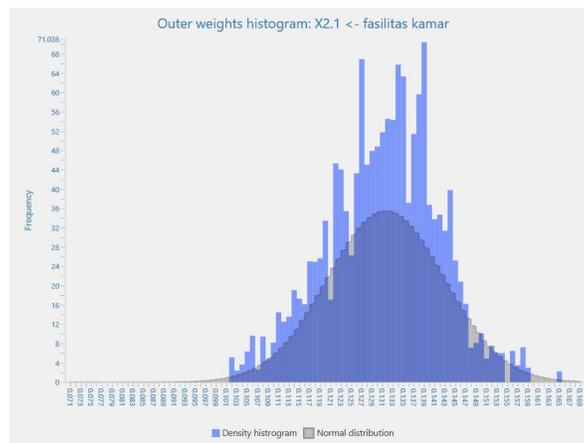
Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui 354 responden dengan 8 butir pertanyaan pada variabel Fasilitas Kamar dapat dilihat deskripsi data sebagai berikut:

Tabel 2. Deskripsi Data Fasilitas Kamar Statistics

fasilitas kamar		
N	Valid	354
	Missing	0
Mean		20,23
Std. Error of Mean		0,230
Median		19,00
Mode		19
Std. Deviation		4,320
Variance		18,662
Range		24
Minimum		14
Maximum		38
Sum		7163

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.00 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penelitian keputusan menginap drai jawaban responden menunjukkan hasil terendah (*minimum*)14, serta hasil tertinggi (*maximum*) 38. Berdasarkan hasil olahan data diatas diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 20,23, skor tengah (*median*) sebesar 19,00, skor yang sering muncul (*mode*) sebesar 19. Histogram data penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Histogram Normal Kurva (2024)

Sumber: Hasil Olah Data PLS Versi 4 (2024)

Histogram kurva normal variabel Fasilitas Kamar diatas menunjukkan bentuk melengkung yang kurang sempurna, hal ini menyatakan bahwa hasil penyebaran distribusi tidak sempurna.

c. Deskripsi Variabel Keputusan Mengingat

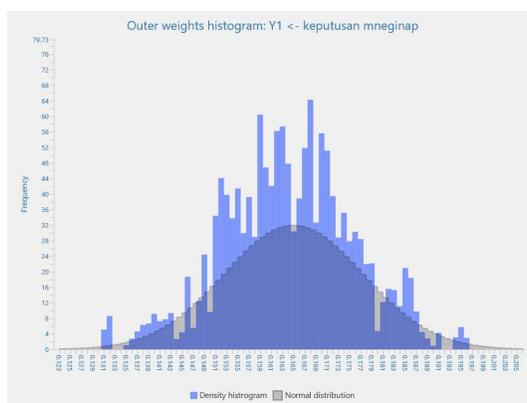
Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui 354 responden dengan 8 butir pertanyaan pada variabel Keputusan Mengingat dapat dilihat deskripsi data sebagai berikut:

Tabel 3. Deskripsi Data Keputusan Mengingat
Statistics

keputusan mengingat		
N	Valid	354
	Missing	0
Mean		19,65
Std. Error of Mean		0,229
Median		18,00
Mode		17
Std. Deviation		4,316
Variance		18,630
Range		30
Minimum		10
Maximum		40
Sum		6956

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26.00 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penelitian keputusan mengingat dari jawaban responden menunjukkan hasil terendah (*minimum*) 10, serta hasil tertinggi (*maximum*) 40. Berdasarkan hasil olahan data diatas diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 19,65, skor tengah (*median*) sebesar 18,00, skor yang sering muncul (*mode*) sebesar 17. Histogram data penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Normal Kurva (2024)

Sumber: Hasil Olah Data PLS Versi 4 (2024)

Histogram kurva normal variabel Fasilitas Kamar diatas menunjukkan bentuk melengkung yang kurang sempurna, hal ini menyatakan bahwa hasil penyebaran distribusi tidak sempurna.

3. Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS SEM)

Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity) adalah hasil outer loading X terdapat beberapa hasil yang dihapus atau dieliminasi yang disebabkan rendahnya tingkat validitas. Dalam hasil outer loading kali ini ada 1 indikator yang dihapus atau dieliminasi yaitu X1.11 yang dimana angka yang ditunjukkan $< 0,60$. X.1.1 mempunyai outer loading $0,734 \geq 0,70$ yang berarti bahwa setiap item ini valid mengukur variabel harga kamar. Secara keseluruhan setiap item yang mengukur variabel mempunyai outer loading $\geq 0,70$, yang dimana ini dinyatakan valid.

Uji Internal Consistency adalah hasil dari *composte reliability* $0.935 \geq 0,60$ yang menunjukkan bahwa setiap item yang mengukur harga kamar konsisten/reliable dalam pengukuran fasilitas kamar. Demikian dengan serta hasil *cronbach alpha* pada penelitian kali ini juga menunjukan diatas 0,60. Sedangkan hasil dari *composte reliability* harga kamar menunjukkan $0.933 \geq 0,60$ yang menunjukkan bahwa setiap item yang mengukur harga kamar konsisten/reliable. Demikian dengan serta hasil *cronbach alpha* pada penelitian kali ini juga menunjukan diatas 0,60. Maka hasil penelitian ini dinyatakan reliable. Sedangkan untuk menguji validitas penelitian ini menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut Hair (2021) menyatakan bahwa nilai minimum dari AVE adalah 0,50. Nilai AVE fasilitas kamar adalah 0.643 yang berarti besar kandungan oleh variabel fasilitas kamar sebesar 64,3%. Sedangkan untuk Nilai AVE harga kamar adalah 0.607 yang berarti besar kandungan oleh variabel fasilitas kamar sebesar 60,7%. Karena nilai AVE harga kamar $0.607 \geq 0.50$. Maka terpenuhi syarat convergent validity yang baik.

Uji *Deskriminant Validity*, antara lain:

Tabel 4 Nilai Discriminant Validity (fornell Larcker)

	Fasilitas Kamar	Harga Kamar	Keputusan Menginap
Fasilitas Kamar	0.802		
Harga Kamar	0.471	0.779	
Keputusan Menginap	0.479	0.422	0.765

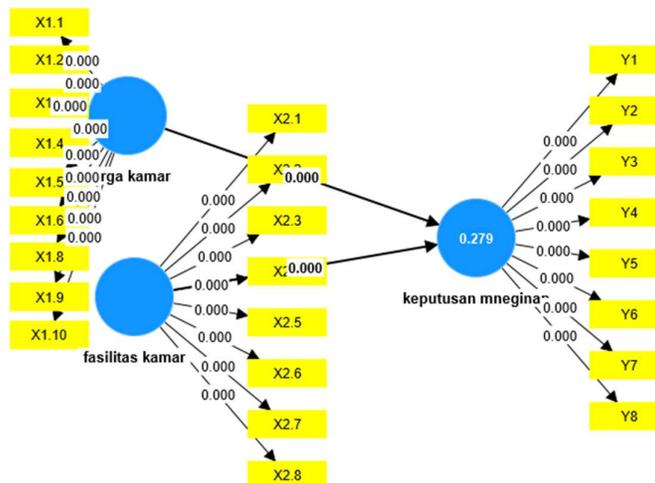
Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2024)

Tabel 5. Nilai HTMT

	Fasilitas Kamar	Harga Kamar	Keputusan Menginap
fasilitas kamar			

harga kamar	0.511		
keputusan mneginap	0.516	0.457	

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2024)



Gambar 4. Structural Model

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2024)

Tabel 6. Nilai R-Square

	R-square	Adjusted R-square
keputusan menginap	0.279	0.275

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2023)

Tabel 7. Hasil Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
fasilitas kamar -> keputusan menginap	0.360	0.363	0.043	8.356	0.000
harga kamar -> keputusan menginap	0.253	0.257	0.046	5.521	0.000

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS versi 4 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas maka diketahui bahwa hipotesis diterima atau tidaknya dapat dilihat melalui original sampel, t statistic ataupun p values. Hal ini digunakan sebagai acuan untuk pengujian hipotesis. Hipotesis dapat diterima jika nilai t statistic > P values < 0,05. Jadi, hasil hipotesis X1-> Y dan X2->Y dapat diterima, karena ada pengaruh signifikan fasilitas kamar dan harga kamar terhadap keputusan menginap dengan

path coefficient (0,360) dan P-values ($0,000 < 0,05$) serta (0.253) dan P-values ($0,000 < 0,05$). Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel fasilitas kamar dan harga kamar dengan keputusan menginap.

4. Pembahasan

a. Fasilitas Kamar

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, dalam penelitian ini diketahui variabel fasilitas kamar berada pada angka 66,28% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat Hal tersebut dikatakan sama halnya dengan penelitian Yunni Rusmawati DJ (2019) yang mentakan bahwa harga kamar berpengaruh signifikan dalam mendorong tamu untuk menginap. Menurut Nova Syahfitri (2022) juga menyatakan hal yang sama terkait harga kamar yang signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap. Sedangkan menurut Wayan Yungki menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

b. Harga Kamar

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, dalam penelitian ini diketahui variabel harga kamar berada pada angka 67,57% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capian responden yang berada pada 66%- 85% ini dinyatakan kategori baik. Hal tersebut dikatakan sama halnya dengan penelitian Yunni Rusmawati DJ (2019) yang mentakan bahwa harga kamar berpengaruh signifikan dalam mendorong tamu untuk menginap. Menurut Nova Syahfitri (2022) juga menyatakan hal yang sama terkait harga kamar yang signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap. Sedangkan menurut Wayan Yungki menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

c. Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil penelitian serta olahan data yang dilakukan, dalam penelitian diketahui variabel keputusan menginap berada pada angka 60,93% yang dikategorikan cukup, yang mana sesuai pada tingkat capian responden yang berada pada 51%- 65% ini dinyatakan kategori cukup. Hal serupa juga dikatakan oleh Erdin (2020) yang mengatakan bahwa keputusan menginap berpengaruh positif signifikan. Serta Mujari (2020) juga menyatakan bahwa keputusan menginap juga berpengaruh positif terhadap terhadap harga kamar serta fasilitas kamar yang disediakan oleh hotel.

d. Pengaruh fasilitas kamar Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Smart PLS versi 4, diperoleh informasi bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas kamar dengan keputusan menginap. Hal ini sesuai dengan *path coefficient* dengan nilai original 0,360 yang menunjukkan

angka positif dengan nilai t hitung 8,356 dimana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,96 serta nilai P values dalam penelitian ini adalah 0,000 yang dimana ini lebih kecil dari pada 0,05 sehingga dapat dinyatakan variabel fasilitas kamar berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

e. Pengaruh harga kamar Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Smart PLS versi 4, diperoleh informasi bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas kamar dengan keputusan menginap. Hal ini sesuai dengan path coefficient dengan nilai original 0,253 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t hitung 5,521 dimana lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,96 serta nilai P values dalam penelitian ini adalah 0,000 yang dimana ini lebih kecil dari pada 0,05 sehingga dapat dinyatakan variabel harga kamar berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Hal ini dinyatakan oleh Yunni Rusmawati DJ (2019) yang menyatakan bahwa harga kamar berpengaruh signifikan dalam mendorong tamu untuk menginap. Menurut Nova Syahfitri (2022) juga menyatakan hal yang sama terkait harga kamar yang signifikan terhadap keputusan tamu untuk menginap. Sedangkan menurut Wayan Yungki menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a) Harga kamar di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan 67,57%, tingkat capaian responden pada variabel harga kamar berada pada angka 67,57% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66% - 85% ini dinyatakan kategori baik.
- b) Fasilitas kamar di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori baik dengan 66,28%, tingkat capaian responden pada variabel harga kamar berada pada angka 66,28% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66% - 85% ini dinyatakan kategori baik.
- c) Keputusan menginap di Rocky Hotel Padang menunjukkan kategori cukup dengan 60,93%, tingkat capaian responden pada variabel keputusan menginap berada pada angka 60,93% yang dikategorikan baik, yang mana sesuai pada tingkat capaian responden yang berada pada 66%- 85% ini dinyatakan kategori baik.
- d) Harga kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Rocky Hotel Padang. Fasilitas kamar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Pangeran City Hotel Padang.

2. Saran

- a. Agar hotel lebih menyesuaikan fasilitas yang didapatkan tamu terhadap harga yang akan ditawarkan kepada tamu.
- b. Bagi Department Pariwisata agar bisa untuk menambah wawasan materi pembelajaran kepada mahasiswa/I serta dijadikan referensi tambahan dalam menambah ilmu pengetahuan mengenai pariwisata dan perhotelan serta menjadi informasi tambahan yang memadai khususnya untuk pihak terkait.
- c. diharapkan peneliti berikutnya akan lebih mendalam mengkaji perihal pengaruh harga kamar dan fasilitas kamar terhadap keputusan menginap dengan objek serta tempat yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- Agus Sulastiyono. (2016). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta
- Alma H. Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Anindita, M. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*, Semarang. Skripsi
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta. 4(1), 19–28.
- Dj, Y. R. (2019). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(1), 889-896.
- Erdin, A. R., & Kasmita, K. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel New D'dhave Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 1(2), 59-63.
- Erpurin, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel éL Royale Bandung. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 181-188.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Management, 17th. Edition*. United States : Pearson.
- Meftahudin M. (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kantin UnSiq Terhadap Kepuasan Tamu (Studi Kasus Pada Mahasiswa UnSiq)”, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(3), pp. 281-28
- Mujari, M. (2020). Pengaruh Harga Kamar dan Fasilitas terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Simpang Baru Lahat. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 46-57.

- Nawawi Dan Puspitowati (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Perpustakaan Sebagai Prediktor Terhadap Kepuasan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Di Jakarta.*
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen, Vol.4, No. 2, 115-131.*
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.*
- Purnomo, Hery & Sardanto, Rino (2021). Signifikasi Harga, Fasilitas dan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Manajemen Vol 11 Nomor 01.*
- Rahmadi, Dicky. 2021. Pengaruh Kualittas Pelayanan dan fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Sahid Batam Center. Universitas Putera Batam. *Skripsi*
- Rusmawati, C. (2019). Strategi Advantage Dengan Diferensiasi Sebagai Variabel Utama. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 1).*
- Sugiyono. (2020). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan PendekatanK ualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D, 2015.*
- Syahfitri, N. (2022, July). Pengaruh Harga Kamar, Fasilitas dan Lokasi Hotel terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Taman Simalem Resort Merek Hills Lake Toba. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi (pp. 876-885).*
- Tjiptono.F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Andi.
- Wahid, Abdul. (2015). *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat. Menuju Destinasi Utama Wisata Islami.* Yogyakarta: UMY